

PRESENTACIÓN

En el número inaugural de una nueva revista académica especializada en la investigación de opinión pública, el editor, de origen húngaro pero radicado en México, anotaba: “Los años recientes han sido testigos de un desarrollo significativo en la investigación en este campo, lo cual justifica la aparición de una nueva publicación”. Era marzo de 1947, la revista llevaba como nombre *International Journal of Opinion and Attitude Research: A Quarterly*, y el editor era László Radványi, profesor de la Universidad Nacional de México.

En su introducción al *Journal*, el profesor Radványi señalaba la necesidad de enfocarse en los problemas organizacionales y técnicos de “la nueva ciencia”, de reportar y analizar los datos y los métodos de las encuestas, y, por supuesto, de comunicar los avances en los proyectos científicos de personas e institutos que habían tomado la tarea de medir las opiniones y actitudes en diversos países del mundo. El texto introductorio de Radványi solamente requirió dos páginas de la nueva publicación, pero su alcance fue amplio y, por decirlo de alguna manera, visionario. “Una de las más importantes tareas futuras de la medición de opiniones y actitudes”, argumentaba Radványi, “es la organización y realización de encuestas internacionales”.

En los primeros números del IJOAR, entre 1947 y 1950, se publicaron resultados de encuestas realizadas en países latinoamericanos, como México, Panamá y Cuba, pero la

lista de países incluía también a Estados Unidos, Francia, Italia, Alemania, Suecia, Australia, Turquía y China, por mencionar algunos. Lejos estaban esos esfuerzos de llegar a ser las encuestas internacionales que medirían la opinión mundial, como lo esperaba Radványi, pero el término “barómetro internacional” ya se registraba en varios de los números de la revista.

Hoy, las encuestas internacionales son una realidad. Los estudios mundiales y los barómetros regionales de opinión ofrecen datos y temas de discusión comparativa que encuentran un espacio vital de difusión en un medio como este, la *Revista Latinoamericana de Opinión Pública*. Este número es un buen ejemplo, como lo ilustran los artículos que analizan la Encuesta Mundial de Valores (*World Values Survey*), el Barómetro de las Américas, el Latinobarómetro y una encuesta internacional anual de la denominada red GlobeScan. Además de convocar a los investigadores a difundir sus análisis en estas páginas, la *RLOP* se ha vuelto también un destino natural para trabajos presentados en los Congresos Latinoamericanos de WAPOR, la Asociación Mundial de Investigadores de Opinión Pública. Dichos congresos, que iniciaron en 2007 gracias a la convocatoria que César Aguiar y María Braun hicieron para la reunión en Colonia del Sacramento, Uruguay, han sido una de las facetas más dinámicas del capítulo latinoamericano de WAPOR. La otra faceta es, precisamente, esta revista, que ha contado con las labores editorial y organizacional de María Braun y con el apoyo del grupo fundador de WAPOR Latinoamérica.

La revista que editaba Radványi en México se constituyó como el *Journal* oficial de WAPOR en su número de primavera de 1949. WAPOR se había formalizado como Asociación unos meses antes, en la conferencia de Eagles Mere, Pennsylvania, en septiembre de 1948. La publicación siguió hasta el número de invierno de 1951-1952,

luego del cual Radványi volvió a Europa, específicamente a Berlín oriental, a la Universidad Humboldt. WAPOR no volvió a tener una revista académica hasta 1989, cuando Seymour Martin Lipset, Elisabeth Noelle-Neumann y Robert Worcester lanzaron el *International Journal of Public Opinion Research, IJPOR*, el cual funge como el Journal oficial de WAPOR desde entonces.

En las páginas de estas revistas se va registrando buena parte de la historia de la profesión demoscópica a nivel internacional. Por ello veo en este número no solamente una oportunidad de leer la investigación presente, de alta calidad y con preguntas teóricas y metodológicas relevantes, con temas de actualidad, sino de mirar también al futuro y ser testigo de cómo la visión de aquella primera revista de los años cuarenta va haciéndose cada vez más real. Es un orgullo para WAPOR ser parte de estos esfuerzos de difusión, análisis y discusión de encuestas de opinión pública internacionales, los cuales fortalecen los objetivos que tenemos como asociación profesional a nivel mundial.

Alejandro Moreno
Presidente de WAPOR